خراسان بزرگ: سال هشتم، شماره (۲۶)، بهار ۱۳۹۶
Quarterly bulletin of Greater Khorasan: Vol.8, No.26, Spring 2017

تحلیل ظرفیت‌های معماری سنتی با رویکرد گردشگری میراث فرهنگی مطالعه‌ی موردی: کاخ خورشید در کلات نادری

محمد حسن زال[۱]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۱۳
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۶
شماره صفحات: ۱۱۲-۹۳

چکیده

میان باستان‌شناسی و گردشگری پیوندی دیرینه وجود دارد. این رابطه در رویکردهای مدرن، گردشگری میراث فرهنگی خوانده می‌شود. گردشگری میراث فرهنگی یکی از مطرح‌ترین شاخه‌های این صنعت است و معماری سنتی منحصربفردترین مقصد آن محسوب می‌شود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از منظر روش توصیفی-تحلیلی است. هدف اصلی پژوهش پیش‌رو تحلیل ظرفیت‌های فرهنگی و میراثی کاخ خورشد در کلات نادری و تحلیل نقش و جایگاه آنها در توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی می‌باشد. کاخ خورشید از بناهای تاریخی بسیار مهم دروان نادرشاه افشار در خراسان بزرگ است که از منظر ساختار و تزیینات وابسته به معماری نمونه‌ای منحصربفرد در منطقه محسوب شده و توانمندی‌های ویژه‌ای در جذب گردشگران و تبدیل شدن به مقصد میراث فرهنگی را دارا می‌باشد. داده‌های پژوهش حاضر با روش مطالعات اسنادی و بررسی‌های میدانی گردآوری شده است. مطالعات اسنادی پژوهش، شامل بررسی ادبیات پژوهشی به منظور طراحی مبانی نظری، طراحی پرسشنامه و تحلیل نهایی داده‌ها صورت گرفته است. بررسی‌های میدانی پژوهش نیز شامل گرداوری آراء متخصصان این حوزه از طریق پرسشنامه با تکنیک دلفی بوده است. در ابزار پرسشنامه بر ابعاد کالبدی و هویتی کاخ خورشید که از مهمترین ویژگی‌ها معماری و جاذبه‌های گردشگری محسوب می‌شوند، تمرکز شده است. روایی ابزار پرسشنامه توسط چند تن از متخصصان دانشگاهی و پایایی آن با محسبه‌ی آلفای کرونباخ مورد تأیید شد که عدد ۸۷۳. پایایی بالای ابزار را نشان می‌دهد. برای پردازش اطلاعات از نرم‌افزار **SPSS** ۲۲ و با توجه به ماهیت داده‌ها و هدف پژوهش از آزمون‌های آماری تی تک‌نمونه‌ای، فریدمن و رگرسیون خطی برای تحلیل استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، کاخ خورشید، به دلیل دارا بودن المان‌های معماری سنتی و هویت‌محور بومی، مستعد تبدیل شدن به یکی از مقصدهای منحصربفرد گردشگری میراث فرهنگی در شهرستان کلات می‌باشد. ظرفیت‌های گردشگری این کاخ در دو گروه جاذبه‌های دیداری و ادراکی قابل دسته‌بندی و مطالعه هستند. جاذبه‌های متعدد و متنوع موجود در تکنیک‌های تزیین، نقشمایه‌های تزیینی و جسم و کالبد این بناها با تأثیر فراوان بر عطف توجه گردشگران، مولفه‌های دیداری، مشهود و ملموس به شمار می‌آیند و هویت فرهنگی موجود در جانمایه و کالبد آثار که سبب بروز حس تأثیرگذاری مکان و وابستگی مکانی در گردشگر می‌شود، مولفه‌های حسی و ادراکی آن قلمداد می‌گردند. همچنین نتایج نشان می‌دهند، ظرفیت‌های ادراکی و هویت‌محور بیشترین تأثیر را بر عطف توجه گردشگران و افزایش ارزش مقصد گردشگری میراث فرهنگی در کاخ خورشید کلات نادری دارند.

واژگان کلیدی: کاخ خورشید، شاخص‌های فرهنگی، گردشگری میراث فرهنگی، معیارهای دیداری و ادراکی.

۱. **عضو هیئت علمی گروه گردشگری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول)** m.zaal@umz.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

از میان تمامی گونه‌های منحصربفرد میراث فرهنگی، معماری از جایگاه بی‌نظیری برخوردار است. معماری اثری دارای حجم و قابل روئیت است و از این رو توانایی ارائه و عرضه ارزش‌های میراثی و هویتی خود را به بازدیدکنندگان داراست. مرحوم پیرنیا، معماری را شناسنامه‌ی هویت فرهنگی اقوام و ملل مختلف می‌داند که می‌تواند مجموعه‌ای از ویژگی-های فرهنگی قومیت‌های مختلف را منعکس سازد (پیرنیا، ۱۳۵۲). بنابراین، از میان گونه‌های مختلف میراث فرهنگی، معماری بهترین موقعیت و بیشترین ارزش فرهنگی را برای تبدیل شدن به مقصد گردشگری میراث فرهنگی را دارد.

ایران‌زمین، به واسطه‌ی قدمت بسیار زیاد و تحولات تدریجی فرهنگ‌ها، از سابقه‌ی پربار در معماری برخوردار است و قدمت کهن‌ترین آثار معماری در این سرزمین به دوران نوسنگی می‌رسد (زارعی، ۱۳۹۱). معماری ایرانی فراخور منطقه و اقلیمی که در آن توسعه پیدا کرده، دارای مواد و مصالح، فرم-ها و فضاهای متنوع، مبتنی بر اصول اساسی پنج‌گانه معماری سنتی است (پیرنیا، ۱۳۸۶). با توجه به موقعیت منحصربفرد ایران در حوزه‌ی میراث فرهنگی و برخورداری از میراث معماری بسیار غنی، بستری مناسب برای توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی (Chabbra, 2010) و گردشگری معماری (Specht, 2014; Lasansky and McLaren, 2004) فراهم است. امروزه این رویکرد در صنعت گردشگری دو هدف اساسی را دنبال می‌کند، نخست احیاء و عرضه‌ی فرهنگ اقوام (Rogerson, 2006) و دوم توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی (Rogerson & Lisa, 2005; ؛ اکبری و میزبان، ۱۳۸۳).

خراسان یکی از استان‌های باستانی در شمال شرقی ایران که همواره نام آن در اسناد و مدارک در کنار سایر بخش‌ها متمدن دوران باستان ذکر شده است (بلنتیسکی، ۱۳۶۴: ۱۸-۲۲). در البلدان ابن یعقوبی نیز که از کتاب‌های جغرافیایی بسیار معتبر دوران اسلامی است نام این استان و تاریخ پر فراز و نشیب آن در بخش مشرق در کنار مناطقی همچون سکستان و کرمان آمده است (یعقوبی، ۱۳۵۶: ۶۳-۸۶). اقلیم مناسب و شرایط خاص زیست‌محیطی این منطقه سبب سکونت گروه-های انسانی از دیرباز در این منطقه شده و به تدریج تاریخ پر فراز و نشیب و فراخور آن از آثار باستانی متنوع (مولوی، ۱۳۸۳؛ ملک شهمیرزادی، ۱۳۹۱) و معماری منحصربفردی (افشار سیستانی، ۱۳۷۸) را برای منطقه رقم زده است. در این میان، شهر کلات که یکی از مهمترین شهرهای باستانی این استان محسوب می‌شود (خسروی، ۱۳۶۷)، دارای تاریخی غنی (استرآبادی، ۱۳۹۰) معماری سنتی متنوع و چشمگیر است (خسروی ۱۳۶۷). آثار فرهنگی و معماری کلات، این شهرستان را به یکی از پتانسل‌های گردشگری میراث فرهنگی بدل کرده است. اما امروزه پتانسیل‌های موجود در این شهرستان به صورت بالقوه باقی مانده و سهم این شهر از گردشگری بسیار ناچیز است. دلیل عمده‌ی شرایط موجود این است که ظرفیت-های فرهنگی گردشگری میراث و گردشگری معماری برای بسیاری از ساکنان محلی تبیین نشده و به همین دلیل نیروی بالقوه‌ی این آثار همچنان به صورت ظرفیت‌های بکر باقی‌مانده است. پژوهش حاضر با بیان این معضل و انتخاب کاخ خورشید کلات نادری به عنوان نمونه‌ای منحصربفرد از معماری سعی دارد، به این پرسش‌های اساسی پاسخ دهد که ظرفیت‌های فرهنگی و میراثی کاخ خورشد در کلات نادری کدامند؟ و این المان‌های فرهنگی چه جایگاهی در توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی دارند؟

مبانی نظری

با توجه به اهداف پژوهش، مبانی نظری این مقاله بر اساس مفاهیمی همچون گردشگری میراث فرهنگی و گردشگری معماری معیارهای هویتی و کالبدی معماری و توسعه‌ی گردشگری میراث استوار است.

گردشگری میراث فرهنگی

گردشگری یکی از صنعت‌های مدرن دنیاست که از دیر باز با رسوخ در تمامی ابعاد زندگی انسان، جایگاه مهمی را در تعاملات فرهنگی و اجتماعی به خود اختصاص داده است. فرهنگ و میراث فرهنگی نیز از کهن‌ترین و فعال‌ترین شاخه-های گردشگری در دنیا محسوب می‌شود که تحت عنوان گردشگری میراث فرهنگی قابل بررسی است. میراث در حوزه-ی گردشگری، نیروی محرکه مجموعه‌هایی است که بر توزیع مراکز فرهنگی تمرکز دارند (مک‌لیان، ۱۹۹۵). این واژه از اواخر قرن نوزدهم به ادبیات پژوهشی گردشگری راه یافت (مری‌من، ۱۹۹۱: ۸). محققان مختلف در پژوهش‌های خود، دسته‌بندی‌ها متفاوتی از میراث را ارائه می‌دهند. به عنوان مثال پرینتس (۱۹۹۳) در مطالعات خود به میراث مصنوع و ترکیبی اشاره کرده و آن را در سه گروه، تاریخی- هنری، علمی و میراث فرهنگی گروه‌بندی گرده است. زپال و هال (۱۹۹۲) نیز به دسته‌بند میراث به دو بخش طبیعی و فرهنگی پرداخته‌اند. یونسکو در سال (۲۰۰۰) میراث را بر اساس تجسم و تجسد مادی و معنایی به دو بخش ملموس و ناملموس دسته‌بندی کرد است که با ویژگیهای بصری و ادراکی مطابقت دارد. اما

بعد فرهنگی حوزه‌ی میراث، شاخص‌های مختلفی دارد که می‌توان آن را بر اساس میراث فرهنگی برجای مانده از نوع بشر مانند معماری و صنایع‌دستی (ریچاردز، ۱۹۹۶)، اقوام و هنرهای وابسته به آنها (پرینتیس، ۱۹۹۳)، آداب و رسوم و فولکلور (مک‌کرچر و دوکراس، ۲۰۰۳: ۸۳) استخراج کرد. زن و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند، میراث فرهنگی تنها موهبتی برای حفاظت و یا منبعی جهت بهره‌وری فرهنگی نیست، بلکه موقعیتی منحصربفرد برای شکل‌گیری و توسعه اقتصادی و رقابت فرهنگی جوامع محلی محسوب می‌شود (Zan et al, 2007). بر همین اساس، میراث فرهنگی اهمیت فزاینده‌ای در سطوح مختلف اقتصادی به خود اختصاص داده است (Florida, 2002; Hesmondhalgh, 2002; Scott, 2002). یکی از پایانه‌های این نقش مطلوب، توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی و تأثیر آن بر اقتصاد جوامع محلی است. در حقیقت تشریک مساعی میراث فرهنگی و صنعت گردشگری، امروزه یکی از مسیرهای رقابت اقتصادی و فرهنگی جوامع محلی قلمداد می‌گردد (Fernando, Alberti & Giusti, 2013). با مطرح شدن واژه‌ی میراث فرهنگی از چند دهه قبل در حوزه‌ی گردشگری (Chabbra, 2010) به تدریج آگاهی‌ها نسبت به قدرت نفوذ ارزش‌های میراث فرهنگی در کیفیت مقاصد گردشگری افزایش یافت (Sasaki, 2004). اما با وجود افزایش بحث پیرامون اهمیت گردشگری میراث و رقابت‌های اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی در این حوزه، این مبحث همچنان در مرحله جنینی خود قرار دارد (Ferreira & Estevao, 2009). امروزه عموم متخصصان حوزه‌ی گردشگری و میراث فرهنگی، رونق گردشگری میراث فرهنگی را یکی از بهترین راه‌های جوان‌سازی و پویایی سایر بخش‌های تولیدی بالغ در مناطق دارای منابع میراثی می‌پندارند (Fernando, Alberti & Giusti, 2013).

گردشگری معماری

گردشگری مبتنی بر معماری از کهن‌ترین گونه‌های گردشگری میراث در ایران و دنیاست. از دیرباز علاقمندان به معماری آیینی و سنتی سرزمین‌های مختلف، سفرهایی طولانی را برای نیل به این هدف متحمل می‌شدند. سفرنامه‌های مختلفی که در سده‌های گذشته توسط جهانگردان اروپایی درباره‌ی ایران نگاشته شده است، نشانگر تمایل سیاحان و گردشگران اروپایی به ایران و معماری ایرانی است. بسیاری این سفرنامه‌ها امروزه به عنوان منابع دست اول مطالعات تاریخ معماری استفاده می‌شود. اما عنوان گردشگری مبتنی بر معماری، اصطلاحی جدید است که از دهه‌ی گذشته وارد ادبیات گردشگری شده است. قدیمی‌ترین اشارات به واژه‌ی "گردشگری معماری"، در کنفرانس **"گردشگری معماری: معماری به‌عنوان مقصدی برای گردشگری"** بوده که توسط مرکز معبد هوین بوئل[2] برای مطالعه‌ی معماری آمریکایی در سال ۲۰۰۲ انجام شده است (Ockman & Frausto, 2005). گارود و فیال (۲۰۰۰) در پژوهش خود، ضمن بررسی محدودیت‌های عمده و الزامات مربوط به مدیریت بلند مدت جاذبه‌های میراث، به نقش جاذبه‌های معماری سنتی به عنوان یکی از مهمترین مقاصد گردشگری میراث در جذب گردشگران و توسعه‌ی اقتصادی جوامع محلی پرداختند. این دو بر اتخاذ تصمیماتی با هدف ورود دوباره‌ی گردشگر و ایجاد وفاداری نسبت به مقاصد میراث فرهنگی در گردشران تأکید کرده‌اند (Garrod & Fyall, 2000). لاسانسکی و مک‌لارن (۲۰۰۴) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که گردشگری میراث فرهنگی مبتنی بر معماری سنتی، یکی از اصلی‌ترین رویکردهای توسعه گردشگری فرهنگی است (Lasansky and McLaren, 2004). چانگ در پژوهشی دیگر اذعان می‌کند، معماری سنتی به دلیل ساختار خاص خود گردشگران را جذب می‌کند و این توانایی می‌تواند در ایجاد بناهای مدرن نیز استفاده شود. وی با تکیه بر جاذبه‌های معماری سنتی استدلال می‌کند، گسترش ساختمان‌های غیرنمادین با معماری بومی، نیز می‌تواند مورد تحسین بازدیدکنندگان واقع شده و به‌عنوان راهی برای تجربه‌ی یک مکان اصیل استفاده شود (Chang, 2010). جان اسپچت با گسترش این دیدگاه در سال ۲۰۱۴، معماری مدرن را نیز وارد حوزه‌ی گردشگری معماری و مقصد گردشگری فرهنگی می‌کند. او مدعی است که توسعه‌دهندگان مقاصد گردشگری باید از شرایط محلی و ارتباط متقابل گردشگری مدرن و محیط دارای ساخت و ساز آگاه باشند و در این رویکرد بر ارتباط گردشگری معماری و معماری مدرن تأکید فراوانی می‌کند (Specht, 2014).

بنابراین، روند توسعه گردشگری میراث فرهنگی نشان می‌دهد که معماری سنتی همواره یکی از مهمترین مقاصد این گونه از گردشگری محسوب می‌شده و به دلیل ماهیت و هویت خود، جایگاه نخست را به خود اختصاص داده است. در دوران معاصر نیز در روندی تدریجی، با بهره‌برداری از شاخصه‌های سنتی و هویت معماری و همگذاری این مولفه‌های در معماری

2.Hoyne Buell

مدرن مقاصدی نو ظهور کرده‌اند که جذابیت خود را مدیون اصالت معماری سنتی هستند. اما از دهه‌های نخست قرن ۲۱، معماری مدرن نیز جایگاه مهمی را در میان مقاصد گردشگری فرهنگی به خود اختصاص داده است.

بعد هویتی در معماری (جاذبه‌های ناملموس و ادراکی)

هویت از مهمترین ویژگی‌ها ادراکی میراث محسوب می‌شود. همانگونه که پیش‌تر نیز ذکر شد، میراث در سطحی کلان به دو گروه ملموس و ناملموس دسته‌بندی شده است (یونسکو، ۲۰۰۰) که می‌توان این ویژگی‌ها را به‌ویژه در معماری سنتی از مهمترین جاذبه‌های بالقوه در حوزه‌ی گردشگری میراث محسوب نمود (Lasansky and McLaren, 2004). درک زیبایی شاخص‌های ناملموس و ادراکی معماری پیچیده است. زیرا مفهوم این زیبایی در تفکرات اقوام و فرهنگ‌های مختلف ریشه دارد. در حقیقت می‌توان این مفاهیم زیبایی‌شناختی را با عواملی تجریدی و ذهنی منطبق دانست. هویت (Bozetka, 2013: 2؛ بمانیان و دیگران، ۱۳۸۹: ۳۸)، حس مکان (Norberg & Schulz, 1975: 431؛ Rapoport, 1990: 23)، تعلق مکانی (Relph, 1976: 87) و انعکاس تفکر زمان (اتینگهاوزن و گرابار، ۱۳۸۷) مهمترین شاخص‌های ناملوس میراث به ویژه معماری، محسوب می‌شوند.

معماری با خلق فضایی پویا، ملموس و قابل درک و با بیان نغز و ظریف هنرمند وارسته، همواره معرف هویتی ویژه برای آدمیان است (بمانیان و دیگران، ۱۳۸۹: ۳۸). معماری و همانند سایر رشته‌های مرتبط با فضا، هویت را نشان می‌دهند (Bozetka, 2013: 2). هویت، یا این‌همانی، موضوعی متقابل است، یعنی از یک سو، محیط جلوه‌ای از فرهنگ و ارزش‌های جامعه است و از سویی دیگر بخشی از هویت انسان در محیط شهر، محل کار و یا خانه وی قابل جستجو است (نقی‌زاده، ۱۳۸۱: ۷۲). همچنین مکان چیزی بیش از یک محل انتزاعی بوده و مجموعه‌ای از عناصری است که در کنار یکدیگر کاراکتر محیطی را تعریف می‌کنند؛ چیزی که در واقع ماهیت مکان محسوب می‌شود (Norberg & Schulz, 1975: 431). مفهوم حس مکان از دیدگاه پدیدارشناسی به معنای حقیقت و ماهیت مکان می‌باشد که نشانی بر اهمیت معانی و پیام‌های موجود در مکان است. معناهایی که مردم بر اساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل به رمزگشایی و درک آنها می‌پردازند (Rapoport, 1990,23). بر این اساس، ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی مذکور در ذهن فرد شکل می‌گیرد، منجر به خلق حس مکان می‌گردد (Relph, 1976, 87) . تعلق مکانی نیز برخاسته از این دیدگاه روانشناسان است که هویت مکان را هویت فرد دانسته‌اند (Lewicka, 2008: 211). انعکاس تفکرات رایج زمانه نیز از دیگر شاخص‌های فرهنگی در حوزه‌ی میراث محسوب می‌شود که در صنایع‌دستی، هنرها، فولکلور و معماری سنتی به وضوح قابل مشاهده است. به عنوان مثال اتینگهاوزن و گرابار (۱۳۸۷) در مطالعه‌ی خود، ساخت مسجد جامع امویان دمشق را بر مکان کلیسا نشان از استحاله دینی و سیاسی ان عصر قلمداد کرده‌اند.

معماری ایرانی و معماری دوران اسلامی همواره از اصول متعددی پیروی می‌کردند که درونگرایی یکی از مهمترین آنهاست. این ویژگی از معماری ایران در دوران تاریخی همانند تخت جمشید با ایجاد رواق‌های برای جدایی درون خصوصی از بیرون عمومی نیز دیده می شود (پیرنیا، ۱۳۸۶). ویژگی‌های بصری و دیداری در معماری اسلامی با رنگ و کاربرد آن جلوه‌ای دیگر می‌یابد. استفاده از رنگ در معماری به ویژه در معماری آیینی بر بعد معنوی آن تأکید دارد. استفاده از رنگ لاجوردی در کاشی‌کاری‌های بخش‌های نمادین مساجد همچون گنبد، محراب و کتیبه‌های قرآنی نمونه‌های آن محسوب می‌شوند (مکی‌نژاد، ۱۳۸۸). به طور کلی معماری با تفکرات رایج معاصر خود همداستان بود و با روح حاکم بر فضای جامعه منتطبق است. گسترش ساخت مساجد در دوران اسلامی (کیانی، ۱۳۹۵)، اجرای ترکیبی از نقوش با مفاهیم مختلف در سقانفارهای مازندران در دوره قاجار (رحیم‌زاده، ۱۳۸۲)، گسترش ساخت بناهای متعدد و متنوع در دوران صفوی (کیانی، ۱۳۹۵) و یا تحول ملموس در سبک و سیاق معماری در دوره قاجار، بیانگر تفکرات حاکم بر فضای سیاسی و اجتماعی- فرهنگی آن دوره‌ها می‌باشد.

بعد کالبدی در معماری (جاذبه‌های ملموس و دیداری)

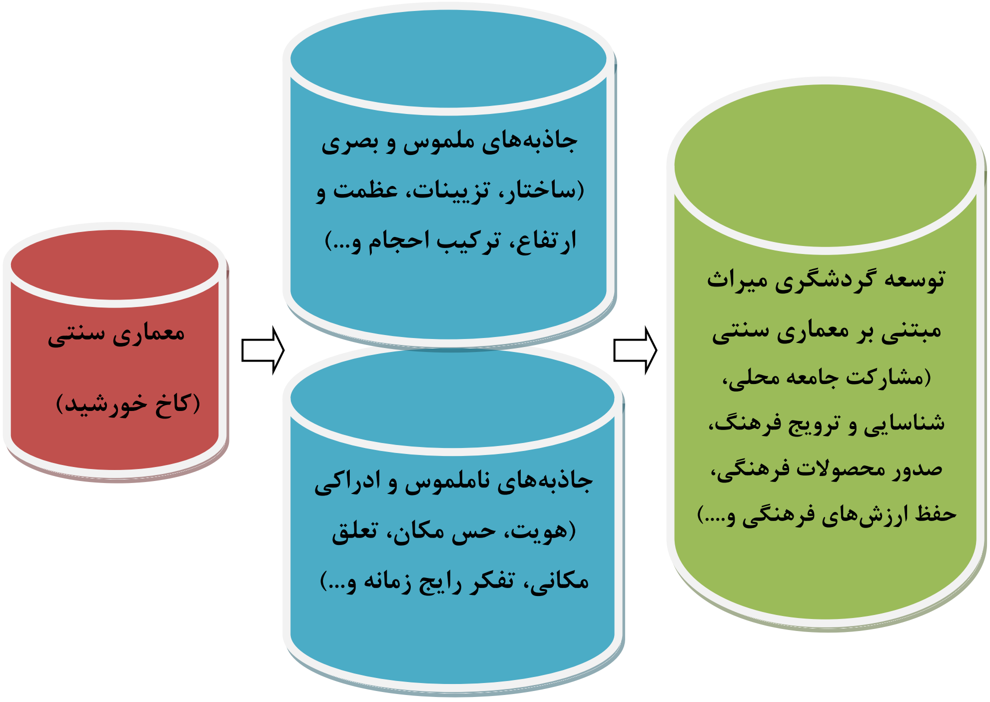
کالبد یا ساختار در معماری مهمترین ویژگی بصری و قابل لمس محسوب می‌شود و درک این ویژگی‌ها به دلیل ملموس بودن نسبت به ویژگی‌ها و جاذبه‌های ناملموس چندان پیچیده نیست. به عنوان نمونه عظمت و ارتفاع‌بخشی یکی از مهم‌ترین خصوصیات معماری ایران در دوران اسلامی است که سبک آذری به ویژه در دوران ایلخانی و تمیوری نمونه‌های بارزی از بناها با ویژگی عظمت‌بخشی و ارتقا برجای مانده‌اند (اتینگهاوزن و گرابار، ۱۳۸۷). این ویژگی در بناهای سلطنتی و حکومت‌نهاد مانند کاخ‌ها، مساجد و آرامگاه‌ها جلوه‌ای بارزتر

دارند که نمادی از قدرت حاکم یا استحاله قدرت سیاسی است (همان). برای دستیابی به این هدف ترکیب احجام در معماری بسیار موثر بوده است. به عنوان مثال در کاخ‌ها، مساجد یا آرامگاه‌های بزرگ دوران اسلامی، ترکیب گنبد دوار و گنبدخانه مکعب مستطیل (هیلن براند، ۱۳۹۲) شکل به بنا عظمت می‌بخشیده که کاخ آق‌سرای تیمور در شهر سبز، مسجد امام اصفهان و گنبد سلطانیه زنجان از نمونه‌های بارز آن هستند (اتینگهوزن و گرابار، ۱۳۸۷). حاصل ترکیب حجم‌ها خلق فضاهای متنوع در معماری ایران بود. معماری ایران در دوران اسلامی در روندی تدریجی خود پلان‌های متعدد و متنوعی را تجربه کرد و در مسیر تکامل خود در قرن پلان چهار ایوانی که ریشه در معماری پیش از اسلام و سبک پارتی دارد، در بناهای مذهبی و غیرمذهبی به شکلی استاندارد مورد استفاده قرار گرفت (پیرنیا، ۱۳۸۶). تقارن نیز از دیگر ویژگی‌ها معماری ایرانی (بیگلریان، ۱۳۹۴) و یکی از مهمترین عوامل ایجاد زیبایی در معماری سنتی است. ساختار و تزیینات نیز از دیگر ویژگی‌های بصری و جاذبه‌های ملموس معماری محسوب می‌شوند. ساختار در معماری را می‌توان به دو گروه خرد شامل مواد و مصالح (زمرشیدی، ۱۳۹۰) و کلان شامل بخش‌های مختلف سازه‌ای از جمله، پی، دیوارها، طاق و قوس، گنبد و... (کیانی، ۱۳۹۳) دسته‌بندی کرد که هر کدام تأثیرات بصری ویژه‌ای بر مخاطبان خود بر جای می‌گذارند. رنگ نیز به دلیل خواص بصری و چشم‌نوازی خود معماری ایرانی را دگرگون ساخت. رنگ در معماری ایرانی که ریشه در دوران پیش از تاریخ (نمونه: خانه منقوش تپه زاغه متعلق به هزاره ۶ قبل از میلاد) دارد (ملک شهمیرزادی، ۱۳۹۱)، در دوران اسلامی با پیشرفت چشمگیر فن و هنر لعاب‌کاری (توحیدی، ۱۳۹۴)، لعاب و رنگ بیش از پیش به خدمت معماری درآمد و خواص بصری تزئینات وابسته به معماری ایرانی را افزایش فراوانی داد که این امر در دوران ایلخانی (پوپ، ۱۳۶۵) و بعد از آن ملموس‌تر است. استفاده از تکنیک‌های تزئینی متنوع و گهگاه ترکیبی از آنها از دیگر ویژگی‌ها و جاذبه‌های ملموس در معماری اسلامی محسوب می‌شود. در این خصوص می‌توان آجرکاری، گچبری و کاشیکاری را به ترتیب از ویژگی‌های بازر تزئینات وابسته به معماری در دوران سلجوقی، ایلخانی تیموری دانست (کاتلی، ۱۳۷۶؛ پوپ، ۱۳۶۵؛ شراتو، ۱۳۷۶). ویژگی‌ها یاد شده در معماری اسلامی از مهمترین المان‌های ملموس و بصری محسوب می‌شوند که اثری مستقیم و قابل لمس بر مخاطبان و گردشگران دارند. البته باید تأثیر جمعی مجموعه‌ای از بناهای متنوع در بافت سنتی را نیز به عنوان جاذبه‌ای بصری و ملموس به ویژگی‌های یاد شده افزود.

توسعه گردشگری میراث

میراث اساسی‌ترین عنصر فرهنگ در نمایش موجودیت ملی و دارای ظرفیت‌هایی اساسی برای ارائه نمادین حس تعلق می‌باشد (پارک، ۲۰۰۹). مک‌داند (۲۰۰۶) میراث را شواهد هویتی انگاشته و آن را با هویت جمعی مرتبط می‌داند. همانگونه که پیش‌تر نیز ذکر شد، اندیشمندان و محققان گوناگون میراث را به گروه‌های متعددی دسته‌بندی نموده و بر رابطه آن با گردشگری تأکید کرده‌اند. در رابطه با صنعت سفر، میراث بشری به عنوان بخشی از جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند که کمیت و کیفیت آنها در توسعه گردشگری میراث موثر است. توسعه گردشگری میراث با مولفه‌های گوناگونی سنجیده می‌شود که مدیریت تنوع فرهنگی (تیموری و همکاران، ۱۳۹۳) یکی از مهمترین این معیارهاست. در حقیقت توسعه گردشگری میراث با فرهنگ و میراث متنوع رابطه‌ای مستقیم دارد و تنوع فرهنگ و میراث بشری بر امکان توسعه گردشگری میراث می‌افزاید. معیار مهم دیگر توسعه گردشگری میراث با ظرفیت‌های نهفته در فرهنگ‌های بومی و محلی مرتبط است (پارک، ۲۰۱۰) که توسعه گردشگری میراث را از طریق شناسایی و محصول‌سازی بر اساس این ظرفیت‌ها ممکن می‌سازد (چبرا، ۲۰۱۰). آموزش و ترویج فرهنگی (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳) از دیگر معیارهای توسعه‌ی گردشگری مبتنی بر میراث انسانی قلمداد می‌گردد. البته آموزش و ترویج فرهنگ از یک سو بخشی از ملزومات توسعه گردشگری و از سویی دیگر یکی از نتایج این توسعه محسوب می‌شود. از دیگر سنجه‌های توسعه‌ی گردشگری میراث، افزایش آگاهی فرهنگی (طالب و همکاران، ۱۳۸۷) در مخاطبان و حتی جامعه‌ی محلی است که حاصل آن یکی دیگر از نشانگرهای توسعه‌ی گردشگری میراث یعنی حفظ ارزش‌های فرهنگی (فازندا، و همکاران، ۲۰۱۰؛ کاتر و گودال، ۲۰۰۳) خواهد بود. با توسعه‌ی گردشگری میراث، جامعه محلی در گردشگری [که صنعتی فرهنگ‌محور تلقی می‌شود] درگیر شده (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳) که این امر دو فایده اساسی دارد: نخست مشارکت و تصمیم‌گیری آگاهانه جامعه‌ی محلی (فیلیپس و پیتمن، ۲۰۰۹) در امور فرهنگی مرتبط با خود و دوم صدور محصولات فرهنگی انحصاری (چبرا، ۲۰۱۰) که می‌توان این دو عامل را نیز از مولفه‌های ارزیابی توسعه‌ی گردشگری میراث قلمداد کرد. در مجموع همانگونه که مدل مفهومی

پژوهش در (شکل شماره ۱) نشان می‌دهد، می‌توان اذعان داشت، معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری میراث مبتنی بر معماری دارای معیارهای ملموس و ناملموس و مولفه‌های مختلف است که به عنوان جاذبه‌های گردشگری عمل کرده و سبب ارتقاء و توسعه‌ی این گونه از گردشگری خواهد شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش
ماخذ: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۵

پیشینه و ضرورت انجام پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در موضوع این مقاله را می‌توان در دو بخش مطالعات معماری و پژوهش‌های مبتنی بر گردشگری میراث فرهنگی در ایران و خارج از ایران بررسی کرد. پژوهش-های انجام شده در حوزه‌ی معماری سنتی ایران فراوانند که تلاش‌های **مرحوم دکتر پیرنیا** و **دکتر کیانی** و سایر محققان بزرگ قدیمی و معاصر نمونه‌های به یادماندنی آن محسوب می‌شوند. زارعی (۱۳۹۱) معتقد است، معماری ایرانی با ریشه‌های عمیق و تاریخی خود، حداقل به دوران یکجانشینی در پیش از تاریخ و ایجاد اولین خانه‌ها در کنار کشتزارها، بازمی‌گردد. با گذر زمان، معماری سیر تحوّلی و تکاملی خود را پیمود، تا این‌که در دوران تاریخی به اوج شکوفایی خود رسید. هنر معماری ایران در دوران اسلامی، بیشترین جلوه‌های خود را وام‌دار معماری دوران تاریخی، (یعنی دوران هخامنشی، اشکانی و ساسانی) است (بوسایلی و شراتو، ۱۳۷۶: ۱۴؛ کاووسی: ۲۰۰۹). معماری صدر اسلام که به سبک خراسانی مشهور است، دوران فترت معماری ایران محسوب می‌شود که هنر معماری ان دوران چندان با دوران قبل و بعد از خود قابل قیاس نیست. اما در دوران سلجوقی با کمال یافتن پلان چهارایوانی و استفاده فراگیر از آجر در ساختار و تزیین و... (کاتلی و هامبی، ۱۳۷۶: ۶-۲۰) معماری ایرانی مجددا بر اساس معماری دوران ساسانی احیاء شد و معماری سبک رازی شکل گرفت. دوران ایلخانی با ساخت بناهای رفیع و استفاده از گچ به عنوان مهمترین عنصر تزیینی (پوپ، ۱۳۶۹: ۱۷؛ رجبی، ۱۳۸۱: ۱۳-۱۴؛ شراتو، ۱۳۷۶: ۱۷-۱۹) به سبک آذری مشهور د و دوران تیموری که تداوم سبک آذری محسوب می‌شود با ساخت گنبدهای متنوع و گسترش انواع کاشی به ویژه کاشی معرق (شراتو و گروبه، ۱۳۷۶: ۳-۴) شهره است. دوران صفوی با پلان‌ها و بناهای متنوع و متعدد در مراکز مختلف شهری در سراسر ایران به ویژه تبریز، قزوین و اصفهان و استفاده گسترده از کاشی هفت‌رنگ به سبک اصفهانی مسمی شد (لسلی، ۱۹۹۲: ۲) و در نهایت دوران قاجار با نفوذ معماری غربی و افول

معماری اصیل ایرانی (مکی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۴۸) آخرین نفس‌های معماری سبک اصفهانی محسوب می‌شد. در خصوص معنا و مفهوم در معماری نیز پیرنیا که یکی از صاحب‌نظران در خصوص معماری سنتی ایرانی در مطالعه‌ی خود در سال (۱۳۵۲) معماری سنتی را بخشی از داشته‌های فرهنگی بشر می‌داند که مجموعه‌ای از توانمندی‌های وی را به همراه ساختاری پیچیده از تجربیات ریشه‌دار در بستر زمان و مکان، به نمایش می‌گذارد. پوپ (۱۳۷۳) از پژوهشگران معماری سنتی ایران معتقد است، معماری دارای چیزی بیش از ساختار مادی و حتی بیش از یک شکل زیباشناختی می‌باشد (پوپ، ۱۳۷۳: ۷۴). قرخلو و همکاران (۱۳۸۷) نیز معماری پدیده‌ای انسانی است و به ناچار از اجتماع تأثیر بسیاری می‌پذیرد. مذهب، سنت، اعتقادات، مسایل امنیتی و بالاخره جهانبینی افراد در معماری هر منطقه مؤثر است.

اما تاکنون پژوهش مستقلی که به طور تخصصی، جایگاه معماری ایران را در حوزه‌ی گردشگری میراث فرهنگی تبیین کند، انجام نشده است. البته پژوهش‌های اندکی در رابطه با آثار فرهنگی ایران و پیوند آن با گردشگری میراث فرهنگی انجام شده است، که مقاله‌ی **"نقش تمدن اسلامی در توسعه گردشگریِ مقصدهای مذهبی (مورد مطالعه شهر مقدس قم)"** تألیف سید صدرالدین شریعتی و همکاران در فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری در سال ۱۳۹۱، مقاله‌ی سید جعفر صدیق زراعتی با عنوان **"گردشگری میراث"** در دو ماهنامه سیاحت و سفر درسال ۱۳۹۲ و کتاب **"مقدمه‌ای بر ارتباط باستان شناسی و گردشگری فرهنگی"** تالیف بهروز افخمی در سال ۱۳۸۷ نمونه‌های آن هستند، اما با وجود این که مهمترین مقاصد منحصربفرد گردشگری در ایران همچون تخت جمشید از دوران تاریخی و میدان نقش جهان از دوران اسلامی، بر معماری سنتی و باستانی این سرزمین استوار است، هنوز پژوهش‌های تخصصی در این حوزه صورت نگرفته است.

اما پیشینه‌ی این گونه از پژوهش‌ها در سایر نقاط دنیا صورتی دیگر دارد. با توجه به درک اهمیت و جایگاه آثار باستانی و کهن بشری در حوزه‌ی گردشگری، ادبیات پژوهشی غنی در این حوزه شکل گرفته است. مطالعات در این حوزه از حدود یک قرن قبل آغاز شده و هر ساله مطالعات پرباری در این حوزه در نشریات معتبر دنیا همچون **Tourism management** و **Annals of tourism research** یا به صورت کتاب منتشر می‌شود. کتاب **"Building a New Heritage: Tourism Culture and Identify in New Europe"** در سال ۱۹۹۴ تألیف Ashworth & Larkham نمونه‌ای از این پژوهش‌هاست که با نگاهی نافذ به بررسی جایگاه و ظرفیت‌های معماری قاره سبز در تجلی هویت مردمان این قاره می‌پردازد. این کتاب در انتشارات معتبر Rutledge منتشر شده است. در سال ۲۰۰۵ کتابی با عنوان **Architecture and Tourism; Perception, Performance and Place** توسط D. Medina Lasansky and Brian McLaren توسط انتشارات Berg به چاپ رسیده است. این کتاب که مجموعه مقالاتی در این حوزه‌ی گردشگری معماری است به جاذبه‌های میراث معماری و نگرش‌های گردشگران در مقاصد گردشگری میراث می‌پردازد. Jan Specht در سال ۲۰۱۴ کتابی را با عنوان **Architectural tourism** در انتشارات Springer به چاپ رساند که در آن به قدرت معماری معاصر و تأثیر خارق‌العاده‌ی آن بر تحول بنیادین گردشگری فرهنگی در شهرها بزرگی دنیا پرداخته است. این اثر یکی از جدیدترین پژوهش‌ها در این حوزه محسوب می‌شود. مقالات منتشر شده در این حوزه نیز بسیار زیاد هستند که مقاله **" Ancient Greek Drama and its Architecture as a Means to Reinforce Tourism in Greece"** نوشته Martha Loukia و Amalia Kotsaki در سال ۲۰۱۴ در مجله Procedia - Social and Behavioral Sciences، یکی از جدیدترین نمونه‌های آن است.

اهمیت معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری تا اندازه‌ای است که به عنوان یکی از معیارهای اساسی ثبت میراث بشری در فهرست آثار جهانی از سوی ایکموس (۲۰۰۴) انتخاب شده است و معماری سنتی در جهان و ایران یکی از مهمترین و بیشترین گونه‌های میراث ثبت شده در فهرست آثار جهانی می‌باشد. بر این اساس مطالعات متعددی در ارتباط با پیوند معماری و گردشگری انجام شده است که همه آنها بر اهمیت ویژگی‌های منحصربفرد معماری سنتی به عنوان یک جاذبه و یا یک مقصد تأکید داشته‌اند. به عنوان مثال، آدولف ارنت‌راوت استاد دانشگاه ویندزور کانادا در مطالعه‌ای در سال (۱۹۹۳) معماری سنتی ژاپن را یکی از نمونه‌های میراث اصیل و اموال فرهنگی این کشور در حوزه‌ی گردشگری معرفی می‌کند. چیرا (۲۰۱۰)، با مطالعه بر روی معماری سنتی در حوزه‌هایی همچون خانه‌موزه‌ها و هتل خانه‌های تاریخی بیان می‌دارد، این بناها به دلیل ارائه‌ی سبک ویژه‌ای از معماری که نشانگر هنر در دوره‌ای خاص می‌باشند، دارای اهمیت فراوانی در حوزه‌ی

گردشگری هستند و شیوه‌های ویژه‌ای را از یک دوره‌ی تاریخی تفسیر می‌کنند. باچر- یانگهندز (۱۹۹۳) نیز با مطالعه بر معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری میراث اذعان می‌دارند که معماری سنتی می‌تواند سبک زندگی فردی یا اجتماعی خاصی را برای مخاطبان و گردشگران به نمایش بگذارد. زمانی فراهانی و موسی (۲۰۰۸) با مطالعه بر مقصد گردشگری ماسوله در شمال ایران، سبک خاص معماری منطقه را یکی از مهمترین جاذبه‌های گردشگری و عامل اساسی لذت بردن گردشگران از سفر معرفی کرده‌اند. یانگ (۲۰۱۲) نیز در مطالعه‌ی خود، معماری سنتی را در کنار بسیاری از ویژگی‌ها فرهنگی قرار داده و از آن به عنوان جاذبه‌ی منحصربفرد فرهنگی و مایه‌ی لذت گردشگران خارجی یاد می‌کند که سهم ۶۸ درصدی را در رضایتمندی گردشگران از سفر به خود اختصاص داده است. بوزتکا (۲۰۱۳) نیز در مطالعه خود در حوزه‌ی گردشگری، معماری را یکی از معیارها و عوامل نشانگر هویت نوع بشر معرفی می‌کند و اذعان می‌دارد که می‌توان از معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری میراث به عنوان عاملی برای انتقال مفاهیم هویت‌محور اقوام مختلف استفاده کرد. از سویی دیگر کوهن (۱۹۸۸) معتقد است، میراث معماری یکی از مهمترین عوامل و مجاری درک معنا و مفهوم فرهنگ جامعه محلی است. اهمیت روزافزون معماری سنتی در حوزه گردشگری میراث، اقبال مالی و اقتصادی فراوانی نیز برای این حوزه به ارمغان آورده است. صرف‌نظر از درآمدزایی معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری میراث، بودجه‌های کلانی نیز در دنیا برای حفاظت و مرمت این آثار اختصاص یافته است. به عنوان مثال مطالعه‌ی بانکاچو (۱۹۸۷) نشان می‌دهد که به دلیل اهمیت معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری میراث حدود ۲۰ درصد از بودجه سالانه ژاپن به مرمت و احیاء انواع معماری سنتی این کشور اختصاص یافته است. مطالعات یاد شده که تنها بخش کوچکی از تحقیقات در حوزه‌ی پیوند معماری سنتی و گردشگری میراث است، نشانگر اهمیت فراوان میراث معماری برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و تحول اتقاصدی جامعه محلی است. اما پیشینه‌ی پژوهش‌های انجام شده در ایران، نشانگر شکافی عمیق میان پتانسیل‌های گردشگری معماری و میراث فرهنگی و سطح توسعه‌یافتگی این گونه از گردشگری است. همچنین تعدد و تنوع مطالعات در حوزه‌ی معماری سنتی و کردشگری در دنیا فاصله فراوان این گونه از مطالعات در ایران را نسبت به سایر کشورها نشان می‌دهد. بنابراین پژوهش حاضر که با رویکردی میان‌رشته‌ای به جایگاه معماری سنتی در حوزه‌ی گردشگری میراث پرداخته و در راستای پر کردن خلاء موجود در ادبیات منتشر شده در این حوزه‌ی پژوهشی در ایران گام برداشته، و وضعیت موجود انجام این پژوهش را ضرورت می‌بخشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر که به لحاظ هدف کاربردی و از منظر روش توصیفی و تحلیلی است، به منظور تحلیل شاخص‌ها و ظرفیت-های تاریخی فرهنگی کاخ خورشید کلات نادری با رویکرد گردشگری میراث فرهنگی و گردشگری معماری انجام شده است. داده‌های پژوهش حاضر با روش مطالعات اسنادی و بررسی‌های میدانی گردآوری شده است. مطالعات اسنادی پژوهش، شامل بررسی ادبیات پژوهشی به منظور طراحی مبانی نظری و تحلیل نهایی داده‌ها صورت گرفته است. در فرایند پژوهش از تکنیک دلفی[1] استفاده شده است. تکنیک دلفی روشی است که بر اساس آن آراء و نظرات متخصصان مرتبط با حوزه‌ی پژوهش به عنوان جامعه‌ی آماری گردآوری می‌شود. دلیل انتخاب این شیوه و استفاده از آراء ۳۰ نفر از متخصصان و کارشناسان ذی‌ربط، جامعیت اطلاعات آنها به عنوان مخاطب متخصص بوده است. به این معنا که متخصصان و کارشناسان میراث فرهنگی در کنار فعالیت‌های حرفه‌ای خود، مخاطبان بالفعل مقاصد گردشگری میراث محسوب می‌شوند و به دفعات از مقصد مورد بررسی بازدید کرده‌اند. همچنین گروه پاسخگویان به دلیل فعالیت‌های حرفه‌ای همه با جامعه‌ی محلی و هم با گردشگران در ارتباط بوده‌اند. می‌توان اذعان داشت که در این شیوه، دو عامل فعالیت حرفه‌ای و تخصص جامعه‌ی آماری از یک سو و مخاطب بودن و بازدید از بنا توسط پاسخگویان بنا به دلایل شخصی یا حرفه‌ای از سوی دیگر، بر دقت و صحت پاسخها افزوده است. بنابراین، بخش میدانی پژوهش شامل طراحی پرسشنامه و گرداوری آراء متخصصان حوزه‌های مرتبط صورت گرفته است. پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته برای انجام فرایند میدانی پژوهش بر اساس مبانی نظری طراحی شده است. در تدوین ابزار پرسشنامه نیز بر ابعاد کالبدی و هویتی تمرکز شده است. شایان اشاره است که دو بعد کالبدی و هویتی از مهمترین ویژگی‌های میراث معماری هستند که با ویژگی‌های ملموس و ناملوس معماری یا خصوصیات بصری و ادراکی بناها منطبق است. زیرا گردشگران به طور همزمان از ساختار و کالبد بنا و مفهوم هویت معماری متأثر می‌شوند و معمولا در گردشگری میراث فرهنگی بیشترین تمرکز در این دو حوزه از معماری است. برای ارزیابی متغییر توسعه‌ی

1 .Delphi technipue

گردشگری میراث فرهنگی نیز بر مولفه‌هایی همچون مشارکت جامعه‌ی محلی، آگاهی‌بخشی، توسعه فرهنگ بومی محلی، صدور محصولات فرهنگی و... تأکید شده است. برای سنجش روایی صوری، پرسشنامه طراحی شده از طریق ایمیل برای تعدادی از همکاران دانشگاهی حوزه‌ی معماری سنتی و گردشگری میراث فرهنگی ارسال شد. در فرایند سنجش روایی صوری برخی از سوالات که فاقد روایی لازم بودند از پرسشنامه حذف شدند و سوالات و گویه‌های پیشنهادی همکاران دانشگاهی جایگزین آن گردید. روایی صوری ابزار از سوی چند تن از متخصصان و صاحبنظران مورد تأیید قرار گرفته است و پایایی ابزار پرسشنامه نیز با محسبه‌ی آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته و عدد ۸۷۳. پایایی بالای ابزار را نشان می‌دهد. برای پردازش اطلاعات از نرم‌افزار **SPSS** ۲۲ و با توجه به ماهیت داده‌ها و هدف پژوهش از آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای و رگرسیون خطی در تحلیل استفاده شده است.

معرفی عرصه‌ی پژوهش

❖ شهرستان کلات نادری

شهرستان کلات نادر در ۵۹ درجه و ۹ دقیقه و ۴۰ ثانیه تا ۶۰ درجه و ۲۷ دقیقه و ۲۵ ثانیه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۲۴ دقیقه و ۲۰ ثانیه تا ۳۷ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی قرار دارد (google map). این شهرستان در منطقه نیمه معتدل کوهستانی قرار دارد و دارای زمستان‌های سرد و تابستان‌های گرم و در مناطق پست هوایی معتدل در کوهپایه‌هاست. بلندترین نقطه آن ۳۰۵۹ متر از سطح دریا در ارتفاعات هزار مسجد و پست‌ترین نقطه آن ۴۵۰ متر در محل خروجی رودخانه چهچه در مرز ترکمنستان است. کلات در لغت به معنی آبادی و زیستگاهی بر فراز کوه است (https://fa.wikipedia.org/). نخستین بار نام کلات در شاهنامه حکیم ابوالقاسم فردوسی در داستان‌های حماسی فرود پسر سیاوش آمده است. در عصر سامانیان نیز کلات پناهگاه سرداران آن دوره از جمله ابوعلی سیمجور و فائق الخاصه بوده و از دوران سلجوقی نشانه‌هایی مانند بند نادر برجای مانده که اهمیت آن دشت را نشان می‌دهد. در دوران ایلخانان مغول کلات از اهمیت زیادی برخوردار بوده به طوری که تاسیسات دروازه ارغون شاه به دوران ایلخانی نسبت داده می‌شود. کلات در عصر تیمور در برابر حمله وی به سختی مقاومت نمود آن چنان که در کتب تاریخی آمده است تیمور چهارده بار به دژ کلات یورش برد و هر بار شکست خورد. اما بیش از همه دوره‌ها، در زمان افشاریان از اعتبار خاصی برخوردار گردید و دلیل آن را باید در دیواره‌های طبیعی و دروازه‌های قابل کنترل دانست که کلات به عنوان محل سکونت نادر و ذخایر ارزشمند وی انتخاب گردید. نادر شاه افشار در کلات دستور به ساخت بنای قصر خورشید را داد که در میانه های کار خود برای ساختن بناهای مختلف در کلات، توسط اطرافیانش کشته شد (خسروی، ۱۳۶۷؛ /https://fa.wikipedia.org).

کاخ خورشید کلات نادری

کاخ کلات یا کاخ خورشید در سال ۱۱۵۱ هـق، به دستور نادرشاه جهت اقامت و خزانه برای جواهرات و غنایم در کلات ساخته شده است. کلات به معنی قلعه و برج و بارو است (قبل از اسلام تقریبا تمامی شهرها را به شکل کلات می ساختند که در آنها مساله نظام طبقاتی رعایت می شده است (چهاربالش، ۱۳۸۹). این طبقات اجتماعی پیشتر سه طبقه بوده که بعدها به چهارطبقه تبدیل شده است که شامل ارتشداران موبدان استریوشان و صنعتگران بوده است این ها هر کدام در شهر جای خود را داشتند). این بنا مربوط به سال‌های آغازین به قدرت رسیدن نادرشاه افشار می‌باشد. عملیات ساخت کاخ در تمام طول پادشاهی ادامه داشته و حتی تا آخرین سال‌های حیات نادرشاه یعنی سال ۱۱۶۰ هجری قمری در دست ساخت بوده‌است. زیرا کتیبه ثلث بسیار زیبای «سوره نباء» که در قسمت دور تا دور فضای گنبد نوشته شده به همین تاریخ اشاره دارد (http://www.citypedia.ir). این کاخ در وسط باغ بزرگی قرار دارد که شامل یک بنا در سه طبقه‌است. ارتفاع آن در گذشته، حدود ۲۵ متر بوده‌است اما در حال حاضر به علت خرابی طبقه سوم، ارتفاع آن بیش از ۲۰ متر نیست. طبقه اول آن ۸ ضلعی است که آن را روی چهار ردیف پلکان به شکل هرم بر پا کرده‌اند. ورودی‌های کاخ، در اضلاع هشتگانه قرار دارد که به سالن اصلی کاخ منتهی می‌شود. این کاخ مجموعاً دارای ۱۲ اتاق است که داخل هراتاق نیز تزئیناتی از نقاشی و گچ بری دیده می شود. تا چند دهه پیش در میان این تزئینات، تصاویری از شاهزادگان نادری نیز وجود داشت. در وسط این بنای هشت ضلعی، برج استوانهای مانند، در دو طبقه قرار دارد که محل اقامت شاه و خانواده اش بوده‌است. زیبایی این کاخ بیشتر در آرایش نمای خارجی کنگره دار ساختمان است که در آن معماری هندی به چشم می خورد. داخل اتاق‌ها با نقاشی و گچبری تزئین شده‌اند. در وسط این بنا از سطح پشت بام برجی مدور با ترک‌های شبیه نیم ستون معروف به خیاری احداث شده‌است (همان).



تصویر ۱. نمایی از کاخ خورشید و محوطه‌ی آن
ماخذ: نگارنده، ۱۳۹٤





تصویر ۲ و ۳. بخشی از تزیینات و جاذبه‌های تزیینی کاخ خورشید
ماخذ: نگارنده، ۱۳۹٤

یافته‌های تحقیق

❖ یافته‌های توصیفی

با توجه به ماهیت پژوهش و موقعیت کاخ خورشید که بنایی تاریخی با پتانسیل‌های منحصربفرد گردشگری میراث است، با توجه به این نکته که از تکنیک دلفی در این پژوهش استفاده شده است، ۳۰ نفر از متخصصان مرتبط با معماری سنتی و گردشگری میراث که به طور بالقوه مکررا برای پژوهش یا بازدید، مخاطب بنا نیز بوده‌اند، به عنوان جامعه آماری برای پاسخگویی به سوالات پرسشنامه محقق‌ساخته و

برگرفته از مبانی نظری انتخاب شده‌اند. ۵۷٪ از جامعه آماری را مردان و ۴۳٪ را زنان شکل داده‌اند که میانگین سنی آنها ۳۷ سال است. از این تعداد ۳٪ دارای مدرک دکترا، ۷۴٪ کارشناسی ارشد، ۲۳٪ دارای مدرک کارشناسی بوده‌اند. میانگین سابقه‌ی کار پاسخگویان نیز ۱۱,۷ سال بوده است جدول شماره‌ی ۱، ویژگی‌های فردی پاسخگویان را نشان می‌دهد.

جدول۱. توزیع فراوانی و درصد خصوصیات فردی جامعه‌ی آماری

ویژگی	تنوع	میانگین درصد	جمع کل
جنس	مرد	٪۵۷	٪۱۰۰
	زن	٪۴۳	
میانگین سن	سال	۳۷	
تحصیلات	کارشناسی	٪۲۳	٪۱۰۰
	کارشناسی ارشد	٪۷۴	
	دکترا	٪۳	
میانگین سابقه کار		۱۱,۷	۱۱,۷

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

یافته‌های تحلیلی

❖ تحلیل اثرات شاخص‌های کالبدی بر مخاطبان

تحلیل آمارهای حاصل شده از آراء متخصصان نشان می‌دهد، تمامی متغیر مرتبط با بُعد کالبدی و تزیینی در کاخ خورشید در وضعیت مطلوب قرار دارد و همه‌ی آنها برای مطالعه میزان تأثیرگذاری بر مخاطبان از روایی لازم مخاطبان برخوردارند. همچنین نتایج بیانگر آن است که در کاخ خورشید معیارهای "تأثیر منحصربفرد بنا در بافت کهن" با میانگین ۴,۸۶، "تأثیر بصری عظمت بنا بر مخاطب" با میانگین ۴,۸۴، "تناسب سنجیده اجزای بنا" با میانگین ۴,۸۳، "تأثیر ترکیب ارتفاع و حجم بنا بر مخاطب" با میانگین ۴,۸۲ و "جذابیت تکنیک‌های متنوع تزیینی" با میانگین ۴,۸۰ به ترتیب از بالاترین روایی برای توسعه گردشگری میراث فرهنگی برخوردار هستند (جدول شماره ۲).

در خصوص تأثیر منحصربفرد بنا در بافت کهن و تأثیر بصری عظمت بنا بر مخاطب باید گفت، اصولاً ساختار در معماری، اولین تأثیرات بصری را بر مخاطب می‌گذارد و ابعاد بنا خصوصا ارتفاع همواره این تأثیرگذاری را افزایش می‌دهد. کاخ خورشید، نسبت به سایر بناهای اطراف بسیار مرتفع‌تر ساخته شده و این امر مهم سبب تأثیرگذاری بیشتر این بنا نسبت به سایر بناها بر بازدیدکنندگان شده است. از طرفی ترکیب منطقی و سنجیده‌ی ارتفاع و حجم در بنا، تأثیر شگرف خود را بر قوای باصره مخاطبان دوچندان می‌سازد. البته باید خاطرنشان کرد، ارتفاع و عظمت بخشی در این بنا با جایگاه سلطنتی و اجتماعی آن نیز مرتبط است.

همچنین درباره‌ی معیار تناسب سنجیده اجزای بنا باید اذعان کرد، سنجیدگی اجزای بنا و وجود تناسب منطقی میان ساختار بناها، مهم‌ترین ویژگی‌های معماری ایرانی و یکی از جاذبه‌های کالبدی و فیزیکی بنای کاخ خورشید محسوب می‌شود. ابعاد و اندازه متنوع اما متناسب در فضاهای مختلف این بنا، به آن زیبایی خاصی بخشیده و این تناسب و سنجیدگی به همراه سایر اجزا بنا همچون تزیینات بر جذابیت بصری بنا افزوده است.

در خصوص جاذبه‌ی تکنیک‌ها و نقشمایه‌های متنوع تزیینی نیز می‌توان این‌گونه اذعان داشت که تکنیک‌ها و نقشمایه‌های تزیینی از مهمترین بخش‌ها و جزء لاینفک معماری ایرانی و اسلامی محسوب می‌شود. در کاخ خورشید نقاشی، گچبری و حجاری‌های نغزی به کار رفته است. در این تکنیک‌ها نقوش گیاهی و کتیبه‌های ثلث دیده می‌شود که در مجموع ترکیبی زیبا را خلق نموده و تأثیر بصری فراوانی را بر مخاطب و بازدیدکننده برجای می‌گذارد. در جدول شماره‌ی ۲ وضعیت اعتبار تمامی معیارهای شاخص کالبدی کاخ خورشید آمده است.

جدول۲. تحلیل وضعیت اعتبار شاخص‌های کالبدی

	شاخص‌ها	کاملا موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملا مخالفم	میانگین	وضعیت
۱	عظمت بنا یکی از مهمترین عناصر کالبدی تأیرگذار بر مخاطب است.	۸۷	۱۳	۰	۰	۰	۴,۸۴	مطلوب
۲	ترکیب حجم‌های هندسی تأثیرگذاری بنا را افزایش داده است.	۷۳	۱۲	۱۵	۰	۰	۴,۵۹	مطلوب
۳	استفاده از پلان دقیق و متناسب با کارکرد بر زیبایی بصری بنا افزوده است.	۴۵	۲۱	۴۴	۰	۰	۴,۱۰	مطلوب
۴	میان فضاهای بنا تناسب سنجیده وجود دارد.	۸۶	۱۴	۰	۰	۰	۴,۸۳	مطلوب
۵	تقارن در بنا از دیگر عوامل تأثیرگذار بصری محسوب می‌شود.	۵۰	۱۰	۴۰	۰	۰	۴,۱۳	مطلوب
۶	استفاده از مقیاس در ساخت بنا یکی از جاذبه‌های معماری اسلامی ایران است.	۷۰	۲۱	۹	۰	۰	۴,۶۳	مطلوب
۷	استفاده از مصالح سنتی و بومی جاذبه‌ای منحصربفرد محسوب می‌شود.	۰	۶۴	۳۶	۰	۰	۳,۵۹	مطلوب
۸	ترکیب ارتفاع و حجم بنا بر مخاطب اثر فراوانی دارد.	۸۵	۱۲	۳	۰	۰	۴,۸۲	مطلوب
۹	استفاده از رنگ‌های متنوع از جاذبه‌های بصری بنا محسوب می‌شود.	۰	۷۰	۳۰	۰	۰	۳,۷۲	مطلوب
۱۰	تنوع نقشمایه تزیینی بر ارزش بصری بنا افزوده است.	۷۸	۲۲	۰	۰	۰	۴,۷۷	مطلوب
۱۱	تنوع تکنیک‌های تزیینی یکی از جاذبه‌های منحصبفرد بنا محسوب می‌شود.	۸۲	۱۸	۰	۰	۰	۴,۸۰	مطلوب
۱۲	بنا در بافت کهن شهر بیشترین تأثیرگذاری را بر مخاطب دارد	۹۰	۱۰	۰	۰	۰	۴,۸۶	مطلوب

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

تحلیل اثرات شاخص‌های هویتی بر مخاطبان

معیارهای مرتبط با شاخص‌ها شاخص‌های هویتی در کاخ خورشید نیز از مهمترین شاخص‌ها و بخشی از شاکله‌ی گردشگری میراث فرهنگی مبتنی بر معماری سنتی محسوب می‌شوند. این شاخص‌ها نیز از نظر متخصصین از اعتبار بالایی برخوردارند و در حوزه‌ی گردشگری میراث فرهنگی و گردشگری معماری، شاخص‌های مهمی محسوب می‌شوند که بر اساس آمارها بیشترین تأثیر فرهنگی را بر مخاطبان دارند. در میان معیارهای مرتبط با این شاخص، معیارهای "ابهت مکان و عناصر سلطنتی" با میانگین ۴,۸۹، "ارتباط تزیینات بنا با تفکرات سلطنتی"، با میانگین ۴,۸۶، "حس تعلق به مکان" و "وابستگی فرهنگی به مکان" هر دو با میانگین ۴,۸۴، و "انعکاس تفکرات رایج زمان از طریق بنا" با میانگین ۴,۵۸ از روایی بسیار بالایی برخوردارند و از سوی متخصصین، به عنوان مهمترین معیارهای این شاخص معرفی شده‌اند.

در رابطه با نتایج یاد شده می‌توان اذعان داشت که معماری کاخ خورشید معماری سلطنتی و با کاربری حکومتی است. به طور معمول، معماری همواره بازتابی از تفکرات سازنده و بانی و به طور کلی تفکرات رایج معاصر بناست و به همین دلیل عناصر سلطنتی در ساختار و تزیینات کاخ بر مخاطب تأثیر شگرفی دارد. همچنین، با توجه به سابقه‌ی بصری و آشنایی فرهنگی مخاطب به‌ویژه با مظاهر معماری ایرانی، همواره حس تعلق به مکان در مخاطبان داخلی شکل می‌گیرد. این وضعیت را می‌توان با رابطه حسی و تعلق مکانی مسلمانان با بناهای اسلامی همچون مسجد در کشورهای غیر اسلامی مقایسه کرد.

جدول ۳. تحلیل وضعیت اعتبار شاخص‌های هویتی

	شاخص‌ها	کاملا موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملا مخالفم	میانگین	مطلوبیت
۱	ابهت مکانی و عناصر سلطنتی مفهوم قدرت را تداعی می کند.	۸۶	۱۴	۰	۰	۰	۴,۸۹	مطلوب
۲	ترکیب حجم‌ها در بنا مفاهیم کاربردی بنا را منتقل می‌کنند.	۴۳	۳۷	۲۰	۰	۰	۴,۲۱	مطلوب
۳	تزیینات بنا نماد حضور حکومت و تفکر سلطنتی در جامعه است.	۴۰	۶۰	۰	۰	۰	۴,۳۹	مطلوب
۴	تزیینات بنا ناقل مفاهیم و ارزش‌های حاکم بر جامعه است.	۸۶	۱۴	۰	۰	۰	۴,۸۶	مطلوب
۵	تزیینات بنا مفهوم حکومت و سلطنت مرتبط است.	۸۵	۱۵	۰	۰	۰	۴,۸۵	مطلوب
۶	دورنگرایی در بنا یکی از جاذبه‌های معماری اسلامی ایران است.	۳۹	۶۱	۰	۰	۰	۴,۳۹	مطلوب
۷	رنگ‌های بکار رفته در بنا متناسب فضای جامعه است.	۳۴	۳۷	۲۹	۰	۰	۳,۸۶	مطلوب
۸	کلیت معماری بنا تفکرات رایج زمانه را منعکس می‌کند.	۶۷	۲۴	۹	۰	۰	۴,۵۸	مطلوب
۹	کلیت معماری بنا عظمت و روح حاکمیت را در جامعه منعکس می‌کند.	۳۳	۶۱	۶	۰	۰	۴,۲۷	مطلوب
۱۰	دورنگرایی در بنا یکی از جاذبه‌های بنا است.	۳۹	۶۱	۰	۰	۰	۴,۳۹	مطلوب
۱۱	حضور در کنار بنا حس تعلق به مکان را در من ایجاد می‌کند.	۸۳	۱۷	۰	۰	۰	۴,۸۴	مطلوب
۱۲	من به بنا و مجموعه وابستگی فرهنگی دارم.	۸۳	۱۷	۰	۰	۰	۴,۸۴	مطلوب

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

❖ تحلیل اثرات هر بعد بر توسعه‌ی گردشگری میراث

به منظور درک وضعیت شاخص‌های تدوین شده بر اساس دیدگاه متخصصان، از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. آمارها نشان می‌دهند، هر دو بعد کالبدی و هویتی در موقعیت مطلوبی قرار دارد. بر اساس نتایج آزمون تی، میانگین محاسبه شده برای متغیرهای بعد هویتی برابر ۵۵,۶۷ است که در مقایسه با میانه مطلوب یعنی عدد ۳۶ میزان بالاتری را نشان می‌دهد، همچنین، سطح معناداری محاسبه شده (۰,۰۰۰) بیانگر توافق ذهنی معنادار در بین جامعه پاسخ‌گو است. این امر نشان دهنده‌ی میزان تأثیر متغیرهای این معیار در پیوند میان معماری و گردشگری است. در ارتباط با متغیرهای کالبدی هم، مقایسه میانه مطلوب با میانگین محاسبه شده نشان می‌دهد که متغیرهای تدوین شده، اعتبار لازم برای سنجش میزان ارتباط و پیوند میان معماری ایران در دوره‌ی اسلامی و گردشگری را دارد (جدول شماره ۴). در این رابطه می‌توان گفت، متغییرهای بعد هویتی و کالبدی که بر اساس مبانی نظری و در حقیقت با تکیه بر جاذبه‌های ملموس و ناملموس معماری طراحی شده‌اند، اثرات چشمگیری بر توسعه گردشگری میراث دارند. به این معنا که هر یک از این مولفه‌ها در جذب گردشگر به مجموعه‌ی مورد بررسی نقش اساسی ایفاء می‌کنند.

جدول٤. تحلیل وضعیت نهایی هر یک از بعد از دیدگاه متخصصان

ابعاد	تعداد	میانگین کل	ارزش تی	انحراف معیار	خطای استاندارد	مقدار تی	سطح معناداری	95% Confidence Interval of the Difference	
								حد پایین	حد بالا
کالبدی	۱۵	۵۰,۴۷	۳۳	.۸۳۳	.۲۱۵	۸۱,۱۳	.۰۰۰	۱۷,۰۱	۱۷,۹۳
هویتی	۱۵	۵۵,۶۷	۳۶	۱,۰۴۶	.۲۷۰	۷۲,۷۸	.۰۰۰	۱۹,۰۸	۲۰,۲۵

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

رتبه‌بندی میزان تأثیر مولفه‌های دو بعد کالبدی و هویت در توسعه‌ی گردشگری میراث

برای رتبه‌بندی مولفه‌های درونی دو بعد هویتی و کالبدی از آزمون فریدمن استفاده شده است. جداول شماره ۵ و ۶ نشان می‌دهند که از دیدگاه متخصصان آن دسته از مولفه‌های بعد هویتی (ناملموس) که با تداعی فضای حاکم در جامعه در دوره‌ی رونق بنا مرتبط بودند، در رتبه بالاتری قرار می‌گیرند. در بعد کالبدی (ملموس) نیز بافت کهن، عظمت بنا، حس مکان و تعلق مکانی در رتبه‌های بالاتر از منظر اثرگذاری بر مخاطب قرار گرفته‌اند. بر این اساس می‌توان اذعان داشت که با توجه به تعلق و ارتباط مجموعه با تاریخ سیاسی ویژه، بیشتر مخاطبان به دنبال ترسیم فضای سیاسی و اجتماعی فرهنگی مرتبط با دوران شکوفایی بنا بوده‌اند. در واقع این مجموعه به درستی وقایع تاریخی و شیوه تفکر نادر شاه افشار در کشورگشایی را به نمایش گذاشته است. این تفکر در عظمت و شکوه بنا اثر مستقیم داشته و امروزه مخاطب مجموعه را ساخته شده از احجامی متنوع، سنگین و اثرگذار درمی‌یابد که سبب انتقال حس عظمت به وی می‌شود.

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن

Test Statisticsa

تعداد	**۳۰**
کای اسکوئر	**767.23**
درجه آزادی	**۱۱**
سطح معناداری	**۰,۰۰۰**

a. Friedman Test

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

جدول ٦. رتبه‌بندی دروی هر یک از مولفه‌ای معیار هویتی (ناملموس)

مولفه‌های بعد هویتی (ناملموس)	رتبه	میانگین رتبه
تداعی قدرت بر اساس ابهت مکانی و عناصر سلطنتی	۱	۱۰,۳۲
تزیینات بنا نماد حضور حکومت و تفکر سلطنتی جامعه	۲	۱۰,۱۹
حس مکان	۳	۱۰,۳
تعلق به مکانی	۴	۹,۹۱
انعکاس تفکرات رایج زمانه	۵	۹,۷۳
تزیینات بنا ناقل ارزش‌های حاکم بر جامعه	۶	۹,۷۱
ارتباط تزیینات بنا با حکومت و سلطنت	۷	۸,۴۲
تناسب رنگ‌های با فضای جامعه	۸	۸,۱۱

انعکاس عظمت و حاکمیت	۹	۷,۸۹
انتقال مفاهیم کاربردی از طریق ترکیب حجم‌ها در بنا	۱۰	۷,٦۳
دورنگرایی در بنا	۱۱	۷,٤۷
وابستگی فرهنگی مخاطب به مجموعه	۱۲	۷,٤۱

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

جدول ۷. نتایج آزمون فریدمن

Test Statisticsa

تعداد	**۳۰**
کای اسکوئر	**۷۳٤,۱۳**
درجه آزادی	
درجه اطمینان	**۱۱**
	۰,۰۰۰

a. Friedman Test

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسش نامه

جدول ۸. رتبه‌بندی دروی هر یک از مولفه‌ای معیار کالبدی (ملموس)

مولفه‌های بعد کالبدی (ملموس)	**رتبه**	**میانگین رتبه**
وجود بنا در بافت کهن شهر	۱	۸,۹۷
عظمت بنا	۲	۸,۷۴
تناسب سنجیده میان فضاهای بنا	۳	۸,۶۹
اثر ترکیب ارتفاع و حجم بنا بر مخاطب	۴	۷,۸۷
تنوع تکنیک‌های تزیینی	۵	۷,۷۶
استفاده از پلان دقیق و متناسب با کارکرد	۶	۷,۵۱
ترکیب حجم‌های هندسی	۷	۷,۴۳
استفاده از رنگ‌های متنوع	۸	۷,۳۶
استفاده از مصالح سنتی و بومی	۹	۷,۳۴
ارزش بصری تنوع نقشمایه تزیینی	۱۰	۶,۸۹
تقارن در بنا	۱۱	۶,۷۳
استفاده از مقیاس در ساخت بنا	۱۲	۶,۶۷

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

❖ تحلیل میزان تأثیر هر یک از ابعاد بر توسعه‌ی گردشگری میراث

آمارهای حاصل از تحلیل رگرسیون در جدول شماره‌ی ۵ نشان می‌دهد، هر دو بعد بررسی شده در این پژوهش، بر مخاطب تأثیر معناداری داشته است. البته با توجه به بتای محاسبه شده، میزان تأثیرگذاری هر یک از این ابعاد متفاوت بوده و به ترتیب بر اساس میزان تأثیرگذاری عبارتند از: بعد هویتی و بعد کالبدی. بنابراین مطالعات میدانی در مجموعه‌ی مورد پژوهش نشان می‌دهد، بعد هویتی بیشترین تأثیر را بر مخاطب می‌گذارد و به عبارت دیگر این بعد در وضعیت مطلوب‌تری نسبت به بعد کالبدی قرار دارد. درباره‌ی این واقعیت می‌توان اذعان داشت، کاخ خورشید یکی از مهمترین آثار معماری در کلات نادری و از منظر هویت فرهنگی یکی از برجسته‌ترین بناهای منطقه است. مجموعه‌ای از عناصر هویت-محور در بنا (با تأیید و تقویت توسط عظمت ساختاری بنا)، سبب افزایش تأثیرات عمیق فرهنگی و هویتی بر مخاطبان شده است.

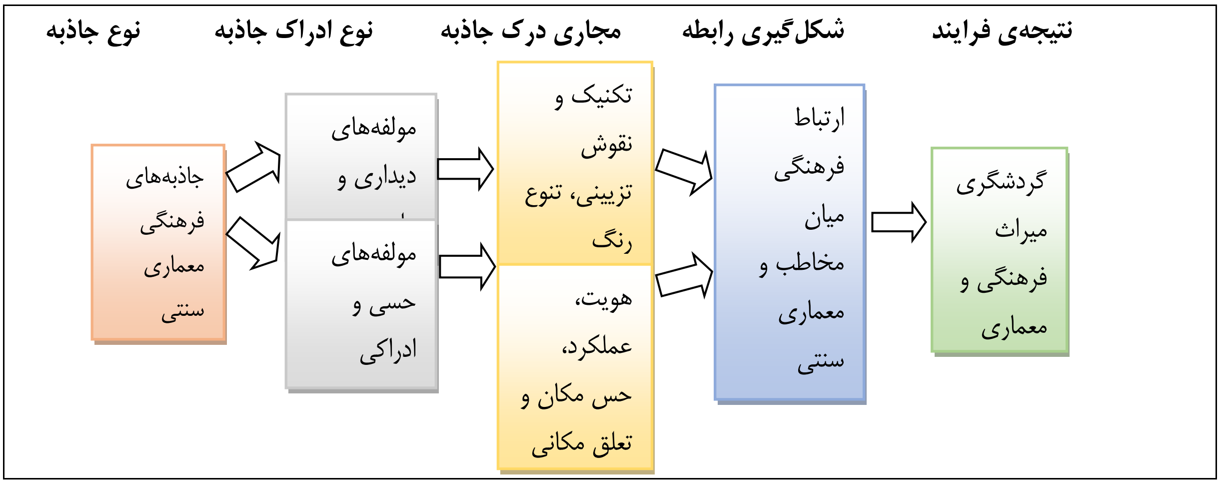
جدول ۹. ارزیابی تأثیر هر بعد از دیدگاه متخصصان

ابعاد بررسی شده	ضریب همبستگی	R^2	R^2 تعدیل یافته	Beta	مقدار t	سطح معناداری
هویتی	.۷۴۳	.۵۵۲	.۵۱۸	.۷۴۳	۴,۰۰	.۰۰۲
کالبدی	۶۹۳	.۴۸۱	.۴۴۱	۶۹۳	۳,۴۷۰	.۰۰۴

ماخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه

همچنین بر اساس ماهیت جاذبه‌های معماری سنتی می‌توان آنها را به دو گروه پیدا و پنهان، ملموس و ناملوس و یا دیداری و ادراکی دسته‌بندی کرد. مولفه‌های دیداری آن دسته از جاذبه‌هایی را دربر می‌گیرند که قابل مشاهده و لمس هستند که بیشتر عناصر ساختاری در این گروه قرار می‌گیرند. مولفه‌های ادراکی که برخاسته از تأثیرات بصری عناصر ملموس و المان‌های هویت‌محور هستند، در حقیقت از ایجاد ارتباط میان عناصر بصری و مدرکات حسی حاصل می‌شوند. حس مکان و تعلق مکانی مهمترین نمونه‌های آن محسوب می‌شوند (شکل شماره‌ی ۲).

شکل ۲. ارتباط میان جاذبه‌های فرهنگی معماری سنتی و گردشگری میراث فرهنگی



ماخذ: یافته‌های تحقیق ۱۳۹٤

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

معماری سنتی، یکی از شکوفاترین فاکتورهای فرهنگی ایران‌زمین است. این یادگارهای فرهنگی، ظرفیت‌ها قابل توجهی برای تبدیل شدن به مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند. فعالیت‌های انجام شده در این زمینه، اغلب به برخی از شناخته‌شده‌ترین آثار معماری معطوف می‌شوند که میدان نقش

جهان و شاه‌کارهای معماری اطراف آن، نمونه‌هایی بارز قلمداد می‌گردند. آنچه که در این میان باید مورد توجه قرار گیرد، مغفول ماندن تمامی ظرفیت‌های معماری در این حوزه است. بنابراین، تحلیل وضعیت آثار معماری در حوزه‌ی گردشگری و عطف توجه به پیوند میان معماری ایرانی و صنعت گردشگری، اهمیت فراوانی دارد. پیشینه‌ی غنی فرهنگ ایران، قدمت و اصالت معماری آن و همگام کردن آن با گسترش مفهومی و عملکردی صنعت گردشگری، می‌تواند این آثار را به مقاصد برجسته‌ی گردشگری فرهنگی بدل کند و گردشگری میراث فرهنگی به عنوان یکی از کهن‌ترین و پرطرفدارترین شاخه‌های صنعت گردشگری که دو هدف عمده، احیاء فرهنگ، توسعه اجتماعی–فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی را دنبال می‌کند، بهترین نقطه مشترک معماری سنتی و صنعت گردشگری خواهد بود.

پژوهش حاضر با هدف تحلیل ظرفیت‌های فرهنگی کاخ خورشد در کلات نادری و جایگاه آن در توسعه‌ی گردشگری میراث انجام شده است. بر اساس نتایج حاصل شده ظرفیت‌های اساسی معماری کاخ کلات خورشید که با توجه به دسته‌بندی یونسکو ۲۰۰۰ به دو گروه کالبدی (دیداری یا ملموس) و (هویتی) ادراکی یا ناملموس تفکیک شده‌اند، در توسعه گردشگری میراث فرهنگی موثر بوده‌اند. از دیدگاه متخصصان تأثیر بصری عظمت، ارتفاع، ترکیب احجام، جذابیت‌های تزیینی و... بر مخاطب، از موثرترین مولفه‌های بعد کالبدی و هویت، حس مکان، تعلق مکانی، انعکاس تفکر زمان و... از اثرگذارترین مولفه‌های معیار هویتی محسوب می‌شوند. این نتایج با یافته‌های لاسانسکی و مک‌لارن در سال ۲۰۰۴ که معیارهای هویتی و کالبدی را مهمترین معیارهای معماری در حوزه‌ی گردشگری میراث فرهنگی معرفی‌کرده‌اند، همراستا می‌باشد. تمامی شاخص‌های متعلق به این دو معیار از مقبولیت و جایگاه ارزشمندی در مطالعات معماری در حوزه‌ی گردشگری میراث و فراخور آن از روایی بالایی برای ارزیابی میزان تأثیرگذاری معماری سنتی بر جذب مخاطب برخوردارند. رتبه‌بندی مولفه‌های درونی هر دو بعد نیز نشان می‌دهد که مولفه‌های مرتبط با انعکاس تاریخ سیاسی دوران شکوفایی بنا، همچون عظمت و ارتفاع، تفکرات حاکم بر جامعه، انعکاس نمادهای حکومتی و سلطنتی و... در هر دو بعد هویتی (ملموس) و کالبدی (ناملموس) در رتبه‌های بالاتر از منظر اثرگذاری بر مخاطب و فراخور جذب گردشگر قرار گرفته‌اند. در حقیقت مخاطب در بازدید از بنا می‌تواند میان تاریخ سیاسی دوره‌ی متعلق به رونق بنا، تفکرات بانی و بقایای ملموس و ناملموس مجموعه ارتباط معقول و منطقی ایجاد کند. همچنین آمارها نشان می‌دهند که از دیدگاه متخصصان معیارها و شاخص‌های هویتی دارای اهمیت بیشتری در توسعه‌ی گردشگری میراث می‌باشند و این امر به معنای تأثیرگذاری بالاتر مفاهیم هویت‌محور بر مخاطبان است. درک امری که راپاپورت در ۱۹۹۰ نیز در مطالعه‌ی خود به آن اذعان نمود. نکته دیگر در این پژوهش گروه‌بندی شاخص‌ها و در واقع جاذبه‌های معماری این بنا به دو گروه دیداری و ادراکی است که بر اساس آمارها، میزان اهمیت و تأثیرگذاری شاخص‌های ادراکی بیشتر از شاخص‌های دیداری است و در حقیقت شاخص‌های دیداری المان‌های تقویت کننده‌ی شاخص‌های ادراکی محسوب می‌شوند و این یافته‌ها با نتایج اوکمن و فراستو در سال ۲۰۰۵ مطابقت دارد. در نهایت می‌توان گفت، بر اساس ماهیت گردشگری میراث که با بقایای مادی و غیرمادی بشر مرتبط است، مخاطبان در بازدید از میراث بشری، آنچه را که در گذشته اتفاق افتاده و در دل میراث به یادگار مانده جستجو می‌کنند. بنابراین شاخص‌ها و مولفه‌های ادراکی همسو با نوع تقاضا در این گونه از گردشگری یعنی اینکه ***گذشته به چه صورت بوده*** بیشتر تأثیر را در مخاطب برجای می‌گذارند. این روند سبب توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی در منطقه شده است که حاصل آن افزایش آگاهی، اشاعه فرهنگ، افزایش تولیدات فرهنگی و صدور آن و.. بوده است.

فهرست منابع

- اخوت، هانیه، نینا الماسی‌فر و محمدرضا بمانیان، ۱۳۸۹، "معماری و شهرسازی سنتی در کشورهای اسلامی"، چ۱، تهران: انشارات هله.
- استرآبادی، محمد مهدی، (1390)، تاریخ جهانگشای نادری، تصحیح میترا مهرآبادی، تهران: انتشارات دنیای کتاب.
- افخمی، بهروز، (۱۳۸۶)، مقدمه‌ای بر ارتباط باستان شناسی و گردشگری فرهنگی، تهران: انتشارات پژوهشگاه میراث.
- افشار سیستانی، ایرج، (1378)، شناخت استان خراسان، تهران: انتشارات هیرمند.
- اکبری، علی و مهدی میزبان، (۱۳۸۳)، درآمدی بر شناخت ویژگی‌های جمعیت و جوامع عشایری ایران، ۱۳۸۳، فصلنامه مطالعات ملی ۱۷، سال پنجم، شماره ۱، صص ۴۷-۹.
- بلینتسکی، آ، (۱۳۶۴)، خراسان و ماوراء النهر، ترجمه پرویز ورجاوند، تهران: نشر گفتار.
- بمانیان، محمدرضا و همکاران، "بازخوانی هویت معنوی و انگاره‌های قدسی در معماری مساجد شیعی"، فصلنامه علمی–پژوهشی شیعه‌شناسی، سال هشتم، شماره ۳۰، ۱۳۸۹.

• بوسایلی، ماریو؛ (۱۳۷۶)، "هنر پارت و ساسانی"، امبرتو شراتو، ترجمه یعقوب آژند، انتشارات مولی، تهران.

• بیگلریان، فرشته، (۱۳۹۴)، "بررسی اصل تقارن در نماهای مساجد معماری اسلامی ایران(نمونه های مورد مطالعه: مساجد شیخ لطف الله، سید، حکیم، امام اصفهان، جامع اصفهان)"، همایش ملی معماری و شهرسازی ایرانی اسلامی، دانشگاه پیام نور رشت.

• پوپ، آرتور اپهام، ۱۳۶۵، "معماری ایران"، ترجمه‌ی کرامت الله افسر،چ۱، تهران: انتشارات یساولی، ۱۳۶۵.

• پیرنیا، محمد کریم، (۱۳۵۲)، بناهای تاریخی هر کشور در حکم شناسنامه‌های فرهنگی، مجله هنر و معماری، تهران: شماره ۱۷.

• پیرنیا، محمد کریم ، (۱۳۸۶)، سبک‌شناسی معماری ایرانی، تدوین غلامحسین معماریان، چاپ پنجم، تهران: انتشارات سروش دانش.

• توحیدی، فائق، (۱۳۹۴)، فن و هنر سفالگری، تهران: انتشارات سمت.

• تیموری، راضیه، کرمی، فریبا، تیموری، زینب، صفدری، امین. (۱۳۹۳) . عوامل مؤثر بر گردشگری مکان های تاریخی شهری نمونهٔ موردی: بازار تاریخی کلانشهر تبریز، گردشگری شهری، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۱، ، صص: ۷۸-۶۳.

• حجازی، صدرالدین، اکبر پورفرج و محمد حیدری، (۱۳۹۱)، نقش تمدن اسلامی در توسعه گردشگریِ مقصدهای مذهبی (مورد مطالعه شهر مقدس قم)، فصلنامه علمی ـ پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال هفتم، شماره ۱۸، صص ۱-۲۳.

• خسروی، محمدرضا، ۱۳۶۷، کلات نادری، مشهد: موسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی.

• چهاربالش، مریم، (۱۳۸۹)، سفر به سرزمین نادر جهانگشا، روزنامه جام‌جم، پنجشنبه هفتم بهمن ماه، http://www.magiran.com/ppdf/nppdf/2835/p0283530530141.pdf).

• راپاپورت، آ، (۱۳۸۸)، انسان‌شناسی مسکن، ترجمه: خسرو افضلیان، انتشارات حرفه هنرمند، چاپ اول، تهران.

• رجبی، موسی؛ (۱۳۸۱)، "نقش و رنگ در بقعه شیخ صفی الدین اردبیلی"، انتشارات شیخ صفی الدین اردبیلی، اردبیل.

• رحیم‌زاده، معصومه، (۱۳۹۲)، "سقانفارهای مازندران"، ساری: انتشارات اداره کل میراث فرهنگی استان مازندران.

• زارعی، محمد ابراهیم، (۱۳۹۱)، آشنایی با معماری جهان، چاپ دوازدهم، تهران: انتشارات فن‌آوران.

• زمرشیدی، حسین، (۱۳۹۰)، معماری ایرانی: مصالح‌شناسی سنتی، تهران: انتشارات زمرد.

• شراتو، امبرتو؛ (۱۳۷۶)، "هنر ایلخانی و تیموری"، ارنست گروبه؛ ترجمه یعقوب آژند، انتشارات مولی، تهران.

• صدیق زراعتی، سید جعفر، (۱۳۹۲)، گردشگری میراث، دوماهنامه سیاحت و سفر، شماره ۴، صص: ۵۶-۵۸.

• طالب، مهدی، حسن بخشی زاده و حسین میرزایی، (۱۳۸۷)، مبانی نظری مشارکت اجتماعی روستایی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی ایران، روستا و توسعه، شماره چهارم صص: ۵۲-۲۵.

• قرخلو، مهدی، و دیگران، "بررسی دگرگونی در ساختار کالبدی و معماری روستاها و تشکیل روستاها-شهر؛ مورد: آلارد و پرندک"، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵، پاییز ۱۳۸۷.

• کاتلی، مارگریتا؛ (۱۳۷۶)، "هنر سلجوقی و خوارزمی"، لوئی هامبی، ترجمه یعقوب آژند، انتشارات مولی، تهران.

• کیانی، محمد یوسف، (۱۳۹۵)، "تاریخ هنر معماری ایران در دوره اسلامی"، انتشارات سمت، تهران.

• کیانی، محمد یوسف ، (۱۳۹۳)، "معماری ایران دوره‌ی اسلامی"، تهران: انتشارات سمت.

• مکی نژاد، مهدی؛ (۱۳۸۸)، "تاریخ هنر ایران در دوره اسلامی تزئینات معماری"، چاپ دوم، انتشارات سمت، تهران.

• ملک شهمیرزادی، صادق، (۱۳۹۱)، باستان‌شناسی ایران از آغاز تا سپیده‌دم شهرنشینی، تهران: انتشارات سبحان نور.

• مولوی، عبدالحمید، (۱۳۸۳)، آثار باستانی خراسان، تهران: انتشارات انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.

• مهدوی داوود، عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و حمداله سجاسی قیداری (۱۳۹۳)، ارزیابی فرایند توسعه گردشگری روستاهای تاریخی -فرهنگی با استفاده از مدل چرخه حیات گردشگری مقصد، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ی۱۰، صص" ۳۲-۱۱.

• نقی‌زاده، محمد، "تأثیر معماری و شهر بر ارزش‌های فرهنگی"، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۱، تابستان ۱۳۸۱.

• هلین براند، رابرت، (۱۳۹۲)، "معماری اسلامی"، کارکرد و معنا، ترجمه باقر آیت الله‌زاده شیرازی، تهران: انتشارات روزنه.

• یعقوبی، احمد بن اسحاق، (۱۳۵۶)، البلدان، ترجمه محمد ابراهیم آیتی، تهران: انتشارات بنگاه ترجمه و نشر کتاب.

• Ashworth, G. J. &Larkham, P.J. (1994), *Building a New Heritage: Tourism Culture and Identify in New Europe*, Rutledge Publication, London.

• Bozetka, B. (2013), "*Wolin Island, tourism and conceptions of identity*", Journal of Marine and Island Cultures, Vol 2, Pp: 1–12.

• Butcher-Younghans, S. (1993). *A Practical Handbook for Their Care, Preservation and*

• *Management*. Oxford: Oxford University Press.

• Chabbra, D., (2010), *Sustainable marketing of cultural and heritage tourism*, London: Rotledge publication.

• Chang, T. C. (2010). *Bungalows, mansions and shophouses: Encounters in Architourism*, Geoforum, 41 (2010), Pp: 963–971.

• and Cultural Heritage Management. New York: Haworth.

• McLean, F. (1995). *A Marketing Revolution in Museums?* Journal of Marketing Management, Vol 11, Pp: 601–616.

• Norberg Schulz, C. (1975), *Meaning in western Architecture*, Rizzoli, New York.

• Ockman, J., Frausto, S. (Eds.), 2005b. *Architourism. Authentic, Escapist, Exotic Spectacular*. Prestel, Munich.

• Ockman, J., Frausto, S., 2005a. *Point of departure. In: Ockman, J., Frausto, S. (Eds.), Architourism. Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*. Prestel, Munich.

• Park, H. Y, (2010), *HERITAGE TOURISM; Emotional Journeys into Nationhood*, Annals of Tourism Research, Vol 37, Pp: 116–135.

• Phillips, R. & Pittman, R. H. (2009). *An Introduction to Community Development*. USA: Routledge.

• Prentice, R. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. London: Routledge.

• Rapoport, A. (1990), *the Meaning of the Build Environment: A Nonverbal Communication Approach, University of Arizona Press.*

• Relph, E. (1976), *Place and Placelessness*, Pion, London.

• Richards, G. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23, Pp: 261–283.

• Rogerson, C. M., (2006), *Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives*, Urban Forum, Vol. 17, No. 2, Pp: 149-166.

• Rogerson, C. M., Lisa, Z. (2005), *'Sho't Left': Changing Domestic Tourism in South Africa*, Urban Forum, Vol. 16, Nos. 2-3, Pp: 88-111.

• Sasaki, M. (2004). *Creativity and cities: The role of culture in urban regeneration*. Journal of Economic Research (Osaka City University), 27(3), Pp: 29–35.

Scott, A. J. (2002). *The cultural economy of cities*. London: Sage. •

• Specht, J. (2014).*Architectural Tourism Building for Urban TravelDestinations*, Springer Publication.

• Fazenda, N., Da silva, F.N. and Costa, C. (2010). *Douro Valley Tourism Plan ;The plan as part of a sustainable tourist destination development pricess*, Journal of World Hospitalitv and tourism. Vol 2, Pp: 428-440.

• Fernando G. Alberti, F. G., Giusti, J. D., (2012), *Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster*, City, Culture and Society 3, Pp: 261–273.

• Ferreira, J. & Estevao, C. (2009). *Regional competitiveness of tourism cluster: A conceptual model proposal*. MPRA paper No.14853.

• Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. New York: Basic Books.

• Garrod, B. and Fyall, A. (2001). *Managing Heritage Tourism: A Question of Definition*, Annals of Tourism Research, 28, Pp: 1049–52.

• Hesmondhalgh, D. (2002). *Cultural industries*. London: Sage publication.

• ICOMOS (2004). *ICOMOS Charter*. Retrieved, June 10, 2008 from www.international.icomos. org/ charters.htm

• Kavousy, E. et al. 2009, "The Role of Tourism Agencies in Development o f Tourism in Iran", European Journal of Social Sciences – Volume 12, Number1.

• Lasansky, D.M., McLaren, B. (2004), *Architecture and Tourism. Perception, Performance and Place*. Berg, Oxford and New York.

• Lewicka, M. (2008). *Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten citypast*. Journal of Environmental Psychology (28):209–231.

• Loukia, M., Amalia. K. (2014), *Ancient Greek Drama and its Architecture as a Means to Reinforce Tourism in Greece*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 148, Pp: 573-578.

• Merriman, N. (1991). *Beyond the Glass Case: The Past, the Heritage and the Public in Britain*. Leicester: Leicester University Press.

• McKercher, B. and du Cros, H. (2002). Cultural Tourism: The Partnership between Tourism

- UNESCO World Heritage Center (2000). World Heritage Convention. Retrieved October
- 2006 from http://www.unesco.org/whc/
- Yang, L. (2012), *Tourists' perceptions of ethnic tourism in Lugu Lake, Yunnan, China*, Journal of Heritage Tourism, Vol. 7, Pp: 59–81
- Zamani Farahani, H. & Musa, G. (2008), *Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran*, Tourism Management, Vol 29, Pp: 1233–1236.
- Zan, L., Bonini Baraldi, S., & Gordon, C. (2007). *Cultural heritage between centralization and decentralization: Insights from the Italian context*. International Journal of Cultural Policy, 13(1), Pp: 49–70.
- Zeppal, H. and Hall, C. (1992). Arts and Heritage Tourism. In B. Weiler and C. Hall (eds(.
- Special Interest Tourism (pp. 47–68). London: Belhaven.
- https://fa.wikipedia.org/